

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini disajikan kesimpulan dari penelitian mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah di Perumahan Citra Permata Ngawi dan saran-saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi PT Permata Mandiri Propertindo.

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah subsidi di Perumahan Citra Permata dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan hasil nilai  $T_{hitung}$  pada variabel spesifikasi bangunan sebesar  $3,927 > 1,65351$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , dengan demikian spesifikasi bangunan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian rumah subsidi”, diterima.
- b. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan hasil nilai  $T_{hitung}$  pada variabel harga  $,463 < 1,65351$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,015 < 0,05$ , dengan demikian harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian rumah subsidi”, diterima.
- c. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan hasil nilai  $T_{hitung}$  pada variabel lokasi sebesar  $3,229 > 1,65351$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ , dengan demikian lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian rumah subsidi”, diterima.
- d. Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian adalah variabel X1 yaitu spesifikasi bangunan, dimana dengan perhitungan  $T_{hitung}$  pada variabel spesifikasi bangunan sebesar 3,927 Jadi didapati hipotesisi 1 yang menyatakan :

“H1 : Spesifikasi bangunan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian rumah subsidi”, diterima.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, implikasi manajerial yang dapat diterapkan pada keputusan pembelian rumah di Kabupaten Ngawi adalah dalam menentukan strategi untuk menarik minat oleh para konsumen yaitu para *developer* memperhatikan dengan seksama spesifikasi bangunan yang telah mereka miliki, sehingga dapat bersaing dengan *developer* lainnya. Yang kedua yaitu dengan menyesuaikan harga dengan spesifikasi yang telah di tentukan agar tidak menimbulkan kurangnya pengaturan manajemen keuangan yang nantinya akan menimbulkan kerugian. Poin ketiga dari strategi yang harus di perhatikan adalah dengan menentukan posisi lokasi dan juga tempat yang di pilih para *developer* untuk menentukan lokasi yang tepat bagi perumahan, dimana tempat atau lokasi tersebut dapat memenuhi kebutuhan dari para konsumen yaitu menyesuaikan dengan lokasi yang mudah akses transportasi dan menuju ke tempat kerja, sekolah, atau tempat pusat kota.

## 5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian yang dilakukan adalah variabel dan lokasi yang di gunakan sebagai media penelitian merupakan suatu lingkupan yang kecil yaitu variabelnya hanya lingkup konsumen Perumahan Citra Permata, sedangkan lokasinya yang di gunakan yaitu di Kabupaten Ngawi, sehingga kurang mencakup keseluruhan dan reverensi bagi penelitian selanjutnya.

## 5.4 Saran

### 5.4.1 Untuk PT Pemata Mandiri Propertindo

- a. Pengembang/*Developer* perlu mengusulkan kepada pemerintah Kota Ngawi untuk membuka akses baru atau penambahan armada alat transportasi umum yang melewati Perumahan Citra

Permata menuju ke berbagai lokasi. Karena dalam hasil penelitian ini konsumen lebih menyukai lokasi perumahan yang akses transportasinya lebih mudah daripada lokasi perumahan yang berada di ujung kota dengan akses transportasi yang terbatas.

- b. Pemilihan patokan harga yang diberikan perlu ditingkatkan lagi, misalnya dengan memberikan spesifikasi bangunan yang lebih menarik, dan juga pelengkap rumah yang menjadikan daya tarik konsumen menjadi meningkat. Karena mengingat keinginan konsumen yang dengan kualitas bangunan yang terbaik maka akan menarik konsumen lebih banyak namun juga harus diiringi dengan standar harga yang menyesuaikan spesifikasi bangunan agar dari pihak konsumen maupun *developer* akan sama – sama mengalami keuntungan.
- c. Spesifikasi bangunan yang dibangun perlu ditingkatkan lagi, baik dari pemilihan bahan bangunan maupun ketahanan rumahnya agar dapat menghasilkan rumah yang berkualitas sehingga dapat menarik lebih banyak konsumen untuk membeli. Misalnya dengan mengganti kusen kayu dengan kusen aluminium untuk menghindari rayap, semua rumah yang dibangun menggunakan atap baja ringan, menggunakan keramik yang lebih berkualitas, dan lain-lain. Karena dari hasil penelitian yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa rumah dengan spesifikasi yang baik dan handal akan lebih banyak menarik konsumen di banding dengan spesifikasi bangunan yang standarnya di bawah rata – rata.

#### 5.4.2 Untuk peneliti selanjutnya

Saran bagi peneliti lain yaitu dengan menggunakan variabel lain yang lebih spesifik dan dapat mencakup keseluruhan dari hasil penelitian mengingat untuk variabel yang digunakan dalam penelitian ini sangat terbatas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus, Primananda. 2010. *Faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli rumah*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang
- Aprillia, Dewi Ratnasari. 2016. *Pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di djawi lanbisto cofee and restosurabaya*. Universitas Negeri Surabaya
- Erni setyowati dan SWE Handayani. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta
- Fakhru, dan Yasin. 2014. *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara STIE Nusa Bangsa
- Ghozali, imam. 2007, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Universitas Diponegoro, Semarang
- Harnanto. 2005. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: BPFE AMP YKP.
- <https://ngawikab.bps.go.id/site/resultTab.accesed> Mei 13,2018
- <https://sejutarumah.id:2018>.accesed Mei 13,2018
- Heryenzus. 2018. *Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli rumah di kota batam*, Universitas Putera Batam, Batam
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-8. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta. Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I*. Edisi ke 13 Jakarta. Erlangga.
- Kepment Pemukiman dan Prasarana (PUPR) Wilayah Republik Indonesia No. 403/KPTS/M/2002

- Lamb, Charles W., Joseph F. Hair dan Carl McDaniel. 2001. *Pemasaran*. Jakarta .Salemba Empat.
- Muhamad. 2008. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Jakarta . Pustaka Amani.
- Muhammad Taufiq & Eduardus Tandelilin. 2007. "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Transaksi Rumah Sederhana Tipe 36 di Kabupaten Boyolali Provinsi Jawa Tengah*". Jurnal Ekonomi Bisnis. Yogyakarta : Penerbit UGM
- Permata Mandiri, PT. 2017. *Proposal Pengajuan Ijin Perumahan*. Ngawi
- Permata Mandiri, PT. 2017. *Data Internal PT Permata Mandiri Propertindo*. Ngawi.
- Santoso. 2004. *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik dengan SPSS Versi 11.5*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Stanton, William J, 2000, *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke 3*, Alih Bahasa oleh Yohanes Lamarto, Jakarta, Erlangga.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung, Alfabeta.
- Swastha, Basu.2002.Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta : Andi
- Wateno, Oetomo dan Dwi Lestari, Agustin. 2012. *Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Rumah Sederhana*. Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
- Yulia, Marhayani. 2013, *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Pada Mahasiswa*. Fakultas Ekonomi Program S1 Universitas Sumatera Utara.